

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan bidang yang sangat penting di dunia terutama di Indonesia khususnya di kota besar seperti Surabaya. Seiring berkembangnya zaman dan canggihnya teknologi, moda transportasi terus-menerus berkembang dari tahun ke tahun karena permintaan kebutuhan akan transportasi untuk mempermudah manusia dalam kegiatan mobilitas antar satu tempat ke tempat lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2021) transportasi diartikan sebagai pengangkutan barang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi dan kendaraan (KBBI, 2021) diartikan sebagai sesuatu yang digunakan untuk dikendarai atau dinaiki (seperti kuda, kereta, mobil). Pengangkutan menurut UU No. 22 Tahun 2009 pada Pasal 1 angka 3 yang menegaskan bahwa: “Angkutan adalah perpindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan di ruang lalu lintas jalan.” Berdasarkan pengertian diatas, kata transportasi memiliki kesamaan dengan pengertian kata pengangkutan yaitu pengangkutan barang dan orang oleh berbagai jenis kendaraan dari suatu tempat ke tempat lainnya sesuai dengan kemajuan teknologi.

Pada digital modern ini, masyarakat dituntut untuk menerapkan pola pikir yang inovatif, kreatif, serta mengembangkan kualitas hidupnya, tidak terkecuali dalam bidang transportasi yang berganti dari sistem konvensional menjadi *online* karena dinilai lebih memberikan kemudahan bagi masyarakat. Terkait dengan transportasi, transportasi berbasis *online* merupakan dampak dari kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi merupakan perkembangan pemasaran yang memadukan interaksi *online* dan *offline* yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan (Kotler, 2019).

Transportasi *online* adalah salah satu contoh pengembangan teknologi berbasis aplikasi disambut cukup baik diawal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini, bahkan dalam riset yang dilakukan Muhammad Zudhy Irawan, pengajar di Fakultas Teknik UGM dan Peneliti Pusat Studi

Transportasi dan Logistik (Pustral) UGM pada Januari 2020, keberadaan transportasi *online* menjadi pelengkap dari transportasi publik dengan 51% perjalanan dengan menggunakan Grab bermula dan berakhir di simpul transportasi seperti bandara, stasiun dan terminal. Menurut berita yang didapat dari cnbc indonesia pada tahun 2020 kemarin, Sekretaris Jenderal Masyarakat Transportasi Indonesia Pusat, Harya S Dillon mengatakan kehadiran transportasi *online* memberikan nilai lebih yang sebelumnya didapat dari transportasi pribadi. Harya juga mengatakan bahwa kepercayaan penggunaan Grab di masa adaptasi kebiasaan baru mencapai hingga 45% dari total pengguna aktif transportasi publik, menduduki tingkat pertama dibandingkan pilihan lainnya. Total pengguna Grab tersebut setidaknya mendukung hampir 66.2% total responden untuk tetap mau menggunakan transportasi publik. Menurut Harya S Dillon, angkutan Grab telah difungsikan oleh pengguna sebagai penghubung akhir dan awal perjalanan (*first mile - last mile*) sehingga mendekati terjadinya pengalaman perjalanan yang mulus dan tuntas tanpa kendaraan pribadi. Hal ini yang membuat masyarakat yang berada di kota Surabaya dengan banyaknya aktivitas yang sangat padat, Grab kini hadir dan membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari – hari dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang serta mengutamakan kenyamanan, kemudahan, keamanan, dan keselamatan.

Menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi *online*, beberapa di antaranya adalah *Gojek* dan *Grab*. Perusahaan tersebut sudah memulai perjalanannya dari tahun 2010 dan bergerak dibidang layanan transportasi berbasis *online* yang dapat dipesan melalui *call center*. Sejak saat itu laju layanan Grab berkembang pesat hingga saat ini setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan berbagai layanan dan terus beranjak menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara.

Dibalik munculnya transportasi Grab yang kian merajalela dengan segala kemudahan dalam menggunakan layanan transportasi Grab, tentu tidak selamanya konsumen mendapatkan pelayanan yang positif, masih terdapat banyak konsumen yang merasa tidak puas

terhadap Grab tetapi tetap melakukan *repurchase intention*. Menurut survey yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada tahun 2017, sebesar 41% responden menyatakan pernah dikecewakan dengan layanan yang diberikan, serta kasus yang paling sering terjadi adalah 22,3% responden pernah dikecewakan karena pengemudi minta dibatalkan dan sulitnya mendapatkan pengemudi 21,19%. Pengguna Grab yang mendapatkan pengalaman negatif tentunya dapat membentuk suatu persepsi yang buruk. Persepsi dapat membuat daya beli seseorang akan turun dan cenderung untuk tidak akan memiliki *repurchase intention*. Namun, kenyataannya masih banyak pengguna Grab yang tetap menggunakan layanan tersebut meskipun mendapatkan pengalaman yang buruk. Hal ini didukung dengan berita yang menyebutkan bahwa:

Dikutip dari (*Kompas.com*, 13 Agustus 2019), Fatchul Fauzy (29), driver Grab yang diduga melakukan pelecehan seksual kepada penumpangnya diamankan polisi di rumahnya Senin (12/8/2019) pukul 14.00 WIB. Tim Jatanras Polrestabes Surabaya bergerak melakukan penangkapan atas dasar laporan BF, perempuan penumpang ojol yang mengaku telah dilecehkan oleh pelaku. Sebelumnya diberitakan, seorang penumpang perempuan dikabarkan mengalami pelecehan seksual oleh driver Grab.

Kasus yang terjadi dari berita diatas merupakan gambaran bahwa penggunaan Grab tidak selamanya aman dan terpercaya. Munculnya beberapa kasus kriminalitas seperti berita diatas merupakan salah satu dari sekian banyak kasus kriminalitas di dalam moda transportasi.

Dilansir dari (*Suara.com*, 29 Juni 2019), Tak selalu aman, terkadang ada risiko bahaya yang mengintai para penumpang baik Grab (ojol) maupun taksi *online* (taksol). Viral di media sosial, kisah penculikan penumpang taksol. Dalam cuitan tersebut, si sopir taksol melakukan penculikan dan pemerasan ke penumpangnya. Sang korban pun sempat mengalami tindak kekerasan serta dimintai uang sebanyak Rp 30 juta. Ia juga menyertakan foto yang memperlihatkan identitas sang pengemudi taksi *online*. Saat ini ia berada di rumah sakit dan kami tidak mau terlalu banyak bertanya karena hal itu membuatnya trauma. Terkait hal ini, pihak Gojek selaku perusahaan yang terlibat, mengeluarkan pernyataan bahwa

mengecam aksi tersebut. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah seorang penumpang yang memesan layanan *grab* juga dapat mengalami kejadian yang tidak menyenangkan hingga mengalami *trauma*.

Berdasarkan hasil *pre-eliminatory* yang dilakukan oleh peneliti melalui *google form* kepada 30 partisipan, sebanyak 71,9% pernah mengalami kejadian yang tidak menyenangkan selama menggunakan jasa layanan *grab*. Sebanyak 18,7% menyatakan tidak ingin menggunakan jasa Grab kembali. Hal ini juga didukung dengan pernyataan beberapa partisipan yang diwawancara peneliti bahwa,

“Waktu mau pergi kerumah temen, aku males bawa motor soalnya hujan, nah trus aku mesen *grab*, aku pesen ojol tapi dapet drivernya nggak ramah banget, mukanya kelihatan habis marah gitu, nggak ada senyum – senyumnya. Yaudah diem – diem aja selama perjalanan gitu. Dari situ, aku gak mau pesen lagi, mending aku bawa kendaraan sendiri daripada dapet driver kayak gitu lagi nantinya” – A, pria, 21 tahun

“Aku pesen *grab*, terus ditanya sesuai tidak aplikasi. Driver-nya kan nanya alamat karena alamatku gak kebaca di aplikasinya. Pas datang, driver-nya marah-marah karena tidak sesuai dengan alamat yang ada di aplikasi. Dia bentak dan marahin gitu. Aku shock donk, kok bisa marah-gitu. terus ya sepanjang jalan aku diem aja, nyetirnya juga gak enak. Mending aku gak pake *grab* aja deh” – K, pria, 27 tahun

Peneliti juga menemukan data berdasarkan hasil wawancara yang ada bahwa ada ketidakpuasan terhadap pelayanan yang muncul dari para pengguna jasa layanan Grab,

“Aku pesen ojol seperti biasa. Tapi, kok lama sekali. di map, sudah dekat lokasi-ku. Lah. Kok aku nunggu sekitar 15 menit belum sampe juga. kebetulan aku buru-buru juga karena kan ada kerjaan juga. Lah, nunggu lama, tiba-tiba dia cancel donk ya. Duh,

pengen ngomel saya. Yasudah, report. Biarin dia dapat rate jelek. Aku gak mau pesen *grab* itu lagi” – AL, pria, 28 tahun

Berdasarkan beberapa kasus di atas, dan temuan peneliti dari hasil *pre-eliminatory* ditemukan bahwa sejumlah pengguna Grab mengalami kejadian yang tidak menyenangkan serta tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka mereka cenderung tidak ingin menggunakan jasa layanan Grab kembali. Tetapi, dari 30 partisipan tersebut, sebanyak 81,3% menyatakan ingin tetap menggunakan jasa layanan Grab kembali walaupun mereka mengalami kejadian yang tidak menyenangkan. Peneliti melakukan wawancara lanjutan kepada beberapa narasumber yang telah mengisi kuesioner tersebut mengenai kenapa mereka tetap ingin menggunakan jasa layanan Grab, yaitu

“Aku milih *grab* soalnya aku nggak bisa nyetir motor sama mobil, orang tua ku juga nggak bisa nganter aku kemana – mana. Soalnya orang tua ku kerja semua, yaudah mau nggak mau aku milih mesen *grab* buat nganter pulang pergi, tapi aku nemu driver yang nggak sesuai dengan yang diaplikasi. Motornya beda banget, aku sempat takut salah orang. Meski takut, aku tetap coba aja deh *grab* itu.” – S, pria, 21 tahun

“Pengalaman yang gak enak? Pernah. Waktu itu, *grab*nya kan lagi nyetir. Terus aku ndak suka dia ugal-ugalan di jalan. Lah, kan aku tegur dia, minta pelan-pelan aja pak. Dia malah ngomel-ngomel gitu. Ya akhirnya, aku kasi bintang 1 aja karena pelayanannya kayak gitu. gak enak banget. Mau pake lagi jasa *grab*? Ya tetap sih, mau gimana lagi, soalnya aku ndak ada kendaraan juga. Jadi, mau ndak mau tetap harus menggunakan *grab*.” – L, wanita, 26 tahun

“Harga dari *grab* sebenarnya mahal ya. Dulu itu murah. Palingan cuma sekitar 10ribuan kalau aku ke

kampus dari rumahku. Tapi sekarang, lumayan mahal. Jadi sekitar 15ribuan. Ya mungkin bagi orang lain 5 ribu itu sedikit ya. Tapi, bagiku sebagai anak kos, ya kerasa. Apakah akan menggunakan lagi? Ya mau gimana lagi, soalnya itu transportasi satu-satunya aku ke kampus. Aku ndak dibolehin sama orang tua juga untuk bawa kendaraan.” – P, wanita, 19 tahun

J, pria, 21 tahun menyatakan bahwa,
 “Dulu, aku pernah gak puas sama ojol merk gojek. Gak tepat waktu gitu, terus lama. Pokoknya pelayanannya gak oke sih menurutku. Bahkan waktu itu aku hampir kasi rate bintang 1. Tapi, kan aku mikir kasian juga ya dia kan kerja juga. Jadi, bintangnya rendah, aku kasi masukan aja di aplikasi itu, kan ada bagian review. Pake ojol lagi? aku tetap mau make ojol sih tapi aku pakenya grab, soalnya gojek gitu. Aku juga ngerekomin ke temen dekatku buat make grab aja. Lagipula, palingan kan perusahaan juga bakal ngebenahin. Mereka juga kan gede tuh perusahaannya”

Berdasarkan hasil *pre-eliminary research* di atas menunjukkan bahwa meskipun para pengguna jasa Grab mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan, mereka tetap memiliki keinginan untuk mengonsumsi kembali / *repurchase intention* jasa Grab untuk memenuhi kebutuhan mobilisasi mereka. Aspek – aspek *repurchase intention* yang muncul dalam *pre-eliminary research* yaitu pada aspek transaksional serta aspek preferensial. Aspek transaksional, dapat dilihat sebagian besar hasil *pre-eliminary research* yang didapat bahwa konsumen ingin menggunakan kembali jasa layanan Grab. Berikut pernyataan yang mendukung:

“Waktu mau pergi kerumah temen, aku males bawa motor soalnya hujan, nah trus aku mesen *grab*” – A, pria, 21 tahun

“Aku pesen *grab*, terus ditanya sesuai tidak aplikasi. ...” – K, pria, 27 tahun

“Aku pesen ojol seperti biasa. Tapi, kok lama sekali. ...” – AL, pria, 28 tahun

“Aku milih *grab* soalnya aku nggak bisa nyetir motor sama mobil, ...” – S, pria, 21 tahun

Pada aspek preferensial, dapat dilihat bahwa ada beberapa bentuk pilihan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pemilihan jasa Grab yang berbeda. Berikut pernyataan yang mendukung:

“Dulu, aku pernah gak puas sama ojol merk gojek. Gak tepat waktu gitu, terus lama. Pake ojol lagi? aku tetap mau make ojol sih tapi aku pakenya *grab*, soalnya gojek gitu.” – J, pria, 21 tahun

Menurut Yasin dan Shamim (2013) serta didukung dengan penelitian Rose, dkk (2012) disebutkan bahwa, ketika pelanggan mengalami suatu kejadian yang tidak menyenangkan, atau pelayanan tidak sesuai ekspektasi mereka, maka mereka tidak memiliki keinginan untuk mengonsumsi kembali suatu barang atau jasa. Penelitian dari Nurhayati (2012) juga menyebutkan bahwa, konsumen yang ingin menggunakan kembali suatu barang atau jasa ditentukan oleh berbagai hal termasuk kepuasan terhadap barang atau jasa tersebut, preferensi merk, pengalaman pelanggan, serta harga.

Di satu sisi, perusahaan penyedia jasa Grab seperti *Grab* perlu peningkatan pelayanan agar bisnisnya tetap bisa bertahan. Karena *Grab* merupakan layanan aplikasi jasa yang mempunyai nilai ulasan dengan *rating* sebanyak 4,5 dari 5 dengan total pengulas sebanyak 6,5 juta dan total sebanyak lebih dari 100 juta kali pengunduhan. Perusahaan tersebut perlu membuat strategi agar dapat bisa membuat para pelanggannya berminat untuk mengonsumsi kembali produk dan jasa yang disediakan. Dari hal tersebut, terdapat beberapa fenomena dan permasalahan di Grab

sehingga membuat para konsumen enggan untuk menggunakan kembali jasa layanan Grab tersebut. Peneliti juga menemukan beberapa hal dari hasil *pre-eliminatory research* bahwa, seharusnya ketika individu mendapatkan kejadian yang tidak menyenangkan, ataupun adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan, maka individu tersebut akan cenderung untuk tidak ingin menggunakan jasa itu kembali. Senyatanya, peneliti menemukan bahwa meskipun pengguna jasa transportasi Grab di Surabaya mengalami pengalaman yang kurang menyenangkan, dan adanya ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan, mereka memiliki keinginan untuk tetap menggunakan jasa transportasi *online*. Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti tentang Studi Deskriptif Kuantitatif *Repurchase Intention* pada Konsumen Layanan Transportasi *Grab* di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan dalam penelitian, yaitu:

1. *Repurchase Intention* pada penelitian ini berdasar pada (Ferdinand, 2002) minat beli ulang (*repurchase intention*) merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa.
2. Subjek pada penelitian ini yaitu individu yang menggunakan aplikasi *Grab*.
3. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui secara kuantitatif deskriptif mengenai minat beli ulang (*repurchase intention*) pada konsumen layanan transportasi *Grab* di Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran *repurchase intention* pada konsumen layanan transportasi *Grab* di Surabaya?

1.4 Tujuan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara kuantitatif deskriptif mengenai gambaran *repurchase intention* pada konsumen layanan transportasi *Grab* di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan literasi teori untuk penelitian yang berkaitan dengan *repurchase intention* pada konsumen layanan transportasi *Grab* di Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Perusahaan Grab

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap perusahaan agar memperhatikan para konsumennya supaya kembali melakukan *repurchase intention* dalam menggunakan Grab.

b. Pengguna layanan transportasi Grab

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan *repurchase intention* pengguna layanan transportasi Grab.

c. Penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur untuk peneliti selanjutnya jika ingin meneliti lebih lanjut dengan tema yang sama.